

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Definisi Kepariwisata**

Menurut Undang–Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata bahwasanya Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, Aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.

Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

#### **2.1.1 Pembangunan Kepariwisata**

Menurut Undang–Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Dalam Pembangunan Kepariwisata meliputi :

- a. Industri Pariwisata
- b. Destinasi Pariwisata
- c. Pemasaran dan
- d. Kelembagaan

### 2.1.2 Jenis-jenis pariwisata

Menurut Suryadana dan Octavia dalam Muharto, (2020:11) wisata berdasarkan jenis nya dapat dibagi menjadi dua yaitu:

1. Wisata Alam, yang terdiri dari:
  - a. Wisata Pantai (*marine tourism*), merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
  - b. Wisata Etnis, merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik untuk di lihat.
  - c. Wisata Cagar Alam, merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat lain.
  - d. Wisata Buru, merupakan wisata yang dilakukan di negara yang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
  - e. Wisata Agro, yaitu jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan dimana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya.
2. Wisata sosial-budaya yang terdiri dari:
  - a. Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan,serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti tempat bekas

pertempuran (*battle fields*) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak negara.

- b. Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu Kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan arkeologi, sejarah, etnologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.

### **2.1.3 Produk Wisata**

Menurut Abrori, (2020:20) Produk wisata merupakan satu bentuk yang nyata dan tidak nyata dalam suatu kesatuan rangkaian perjalanan yang hanya dapat dinikmati apabila seluruh rangkaian perjalanan tersebut dapat memberikan pengalaman wisata yang baik.

Adapun jenis-jenis produk pariwisata yang terdiri dari bermacam-macam unsur yang merupakan suatu paket yang satu sama lain. Unsur pokok yang membentuk produk yaitu:

- a. Jasa travel agen atau biro perjalanan wisata yang memberikan informasi, pengurus dokumentasi perjalanan, dan perencanaan perjalanan.
- b. Jasa perusahaan angkutan wisata (darat, laut, dan udara) yang akan membawa wisatawan dari dan ke daerah tujuan wisata
- c. Jasa penyediaan akomodasi
- d. Jasa makanan dan minuman
- e. Penyelenggaraan hiburan dan rekreasi
- f. Daya Tarik Wisata yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan motivasi orang untuk datang berkunjung
- g. Jasa *souvenir soft* dan *handycraft* serta *shopping center* di mana wisatawan dapat berbelanja untuk membeli oleh-oleh.

#### **2.1.4 Benda Cagar Budaya sebagai Potensi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif**

Menurut Ensiklopedia dalam Syaifulloh, Wibowo (2020:6) Cagar Budaya adalah daerah yang kelestarian masyarakat dan peri kehidupannya dilindungi oleh undang – undang dari bahaya kepunahan.

Menurut Tjandrasasmita dalam Syaifulloh, Wibowo (2020:6) bahwa yang meliputi Benda Cagar Budaya adalah:

- a. Benda bergerak dan tidak bergerak yang dibuat oleh manusia atau yang merupakan bagian alam. Yang termasuk dalam kategori ini adalah kelompok benda sisa-sisanya yang pokoknya berumur 50 (lima puluh) tahun serta dianggap mempunyai nilai bagi sejarah, arkeologi dan seni rupa.
- b. Benda yang dianggap mempunyai nilai penting bagi palentropologi
- c. Situs (tapak) yang membunyai arti penting bagi sejarah dan di duga mengandung benda - benda termuat dalam poin a dan b diatas
- d. Tanaman dan bangunan yang terdapat diatas situs tersebut dan memiliki atau dapat memiliki kepentingan langsung bagi benda-benda yang termuat dalam poin a,b diatas

Berdasarkan pengartian diatas dapat penulis simpulkan bahwa Benda peninggalan yang bisa dianggap Cagar Budaya yaitu benda buatan manusia yang dapat bergerak ataupun tidak dapat bergerak yang memiliki usia 50 tahun dan atau memiliki nilai sejarah, ilmu pengetahuan, seni, kebudayaan yang perlu mendapat perlindungan dari pemerintah.

Sama halnya dengan Destinasi wisata Taman Wisata Kerajaan Sriwijaya, yang merupakan destinasi sejarah peninggalan dari zaman kerajaan sriwijaya. Di destinasi tersebut terbagi menjadi 2 bagian, yaitu ada museum dan ada taman yang terletak di pulau cempaka. Di museum Terdapat banyak benda mati yang di buat oleh tangan manusia berupa prasasti, pecahan atau serpihan kayu dari kapal yang di gunakan pada masa kerajaan sriwijaya serta pecahan keramik. Sedangkan di pulau cempaka terdapat taman, serta sungai kedukan yang di temukan pada masa kerajaan Sriwijaya.

## 2.2 Konsep Dasar Pariwisata

Beberapa hal yang menjadi patokan keberhasilan suatu tempat wisata sehingga tercapainya Kawasan wisata bisa sangat tergantung pada prinsip 3A yaitu Atraksi, Aksesibilitas dan Fasilitas atau Amenitas (Triyono, Damiasih, Sudiro : 2018).

Menurut Marpaung (2019), Faktor daya tarik obyek wisata saja tidak cukup, tetapi harus dikelola sejalan dengan pengembangan kualitas pelayanan dan fasilitas wisata. Ketiga hal tersebut diduga berpengaruh terhadap tinggi rendahnya jumlah kunjungan wisatawan.

### 2.2.1 Atraksi

Menurut Rif'an (2018) Atraksi atau daya tarik wisata merupakan sesuatu yang dapat menarik seseorang menuju ke suatu destinasi dan merupakan alasan utama bagi seseorang yang melakukan kegiatan pariwisata.

Menurut Yoeti dalam Triyono, Damiasih, Sudiro (2018) Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata seperti:

- a. *Natural Attraction: Landscape, seascape, beaches, climate and other geographical features of the destinations.*
- b. *Cultural attraction: history and folklore, religion, art and special events, festivals.*
- c. *Social attractions: the way of life, the resident populations,*
- d. *languages, opportunities for social encounters.*
- e. *Built attraction: building, historic, and modern architecture,*
- f. *Monument, parks, gardens, marina, etc.*

Berbagai wujud dari atraksi wisata dapat berupa Arsitektur, Bangunan (candi, piramida, monument, masjid, gereja, dan sebagainya), karya seni budaya (museum, seni pertunjukan, seni rupa, seni sastra, kehidupan masyarakat, dan sebagainya).

Atraksi bisa berupa keindahan dan keunikan alam, budaya masyarakat setempat, peninggalan bangunan bersejarah, serta Atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan. Seharusnya sebuah Atraksi harus mempunyai

nilai diferensiasi yang tinggi. Unik dan berbeda dari daerah atau wilayah lain (wanda dan Pangestuti:2018).

Atraksi dapat disimpulkan yaitu daya tarik wisata yang menjadi tujuan utama wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata untuk melakukan kegiatan wisata baik menikmati pertunjukan pentas seni dan budaya, maupun melakukan piknik atau *Glamour Camping* dan sejenisnya.

Adapun Atraksi yang terdapat di Taman Wisata Kerajaan Sriwijaya yaitu salah satunya, Museum yang menceritakan tentang peninggalan pada masa pra sriwijaya sampai ke pasca kerajaan sriwijaya. Selain itu terdapat taman yang indah di pulau cempaka yang dimana ditaman tersebut dapat menikmati berbagai atraksi lagi seperti bermain ayunan, berswafoto di jembatan cinta dengan *view* kedukan air kanal pada masa kerajaan sriwijaya.

### **2.2.2 Amenitas atau fasilitas**

Menurut Sayangbatti dan Baiquini Amentias, (2013) “Segala macam fasilitas atau sarana penunjang yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam rangka menikmati obyek dan daya Tarik wisata pada suatu destinasi”.

Berbagai fasilitas yang terdiri Akomodasi, rumah makan, pusat informasi wisata, pusat/toko cinderamata, pusat Kesehatan, pusat pelayanan perbankan, sarana komunikasi, pos keamanan, biro perjalanan wisata, ketersediaan air bersih, dan listrik dan lain sebagainya (wanda dan Pangestuti:2018).

Menurut Rossadi dan Widayati dalam Sinaga, (2020) Amenitas merupakan berbagai rangkaian fasilitas yang disediakan oleh suatu tempat tujuan Wisata yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung atau Wisatawan yang datang.

Dapat disimpulkan dari berbagai referensi menurut beberapa penelitian sebelumnya bahwa Amenitas yaitu sarana penunjang yang terdapat pada suatu objek wisata yang terdiri dari fasilitas umum dan jasa yang dapat dinikmati oleh pengunjung atau wisatawan.

Adapun juga amenitas yang terdapat di Taman wisata Kerajaan Sriwijaya yaitu tempat ibadah, pusat informasi wisatawan, tempat parkir

khusus motor dan mobil, toilet, serta tempat makan dan minum yang melibatkan warga sekitar.

### **2.2.3 Aksesibilitas**

Menurut Sayangbatti dan Baiquini, (2013) Aksesibilitas, “Segala bentuk sarana transportasi baik moda transportasi maupun infrastruktur penunjangnya yang menjamin kemudahan wisatawan untuk menjangkau obyek wisata”.

Menurut Andrariladchi dan Adiwibowo, ( 2018) menyatakan bahwa faktor-faktor penting di dalam Aksesibilitas meliputi: denah perjalanan wisata, data atraksi wisata, bandara, transportasi darat, waktu yang dibutuhkan untuk ke tempat wisata, biaya untuk transportasi dan banyaknya kendaraan ke tempat wisata.

*Accessibility* atau Aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi.

Aksesibilitas dapat disimpulkan yaitu kondisi jalan, ataupun akses pendukung dengan tujuan untuk memudahkan pengunjung selama perjalanan menuju destinasi atau objek wisata di suatu daerah. Baik berupa transportasi, petunjuk jalan, ataupun jarak tempuh dari suatu tempat ke tempat tujuan.

### **2.3 Minat Kunjung Kembali**

Menurut Munhurrin di dalam Marpaung, (2019) Konsep kunjungan Kembali wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata erat kaitannya dengan konsep pemasaran. Tujuan pemasaran dalam hal ini, agar wisatawan merasa puas setelah mengunjungi suatu lokasi wisata. Seiring dengan adanya peningkatan kepuasan yang diperoleh, akan mendorong minat berkunjung ulang atau Kembali.

Pihak manajemen pengelola jasa wisata tersebut mau tidak mau harus memanfaatkan segala peluang yang ada termasuk meningkatkan Minat Berkunjung Kembali (Marpaung:2019).

Menurut Modjanggal,dkk dalam Marpaung, (2019) Wisatawan yang telah berkunjung, merupakan sarana promosi yang penting baik langsung maupun tidak langsung. Langsung dalam arti yang bersangkutan dan keluarganya serta kelompoknya datang berkunjung kembali. Tidak langsung dalam arti yang bersangkutan mempengaruhi relasinya untuk datang berkunjung, misalnya dengan menceritakan hal-hal positif yang dialaminya.

Konsumen atau pelanggan yang puas akan melakukan kunjungan ulang atau kunjung kembali pada waktu yang akan datang dan memberitahukan kepada orang lain atas jasa yang dirasakannya (Fornel dalam Pratama dan Wibawanto, 2019).

Menurut Cronin dan Taylor dalam Pratama dan Wibawanto, (2019) minat beli ulang sebagai perilaku pelanggan dimana pelanggan merespon secara positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan dan akhirnya memunculkan minat kunjung ulang pada perusahaan tersebut atau minat beli ulang produk tersebut.

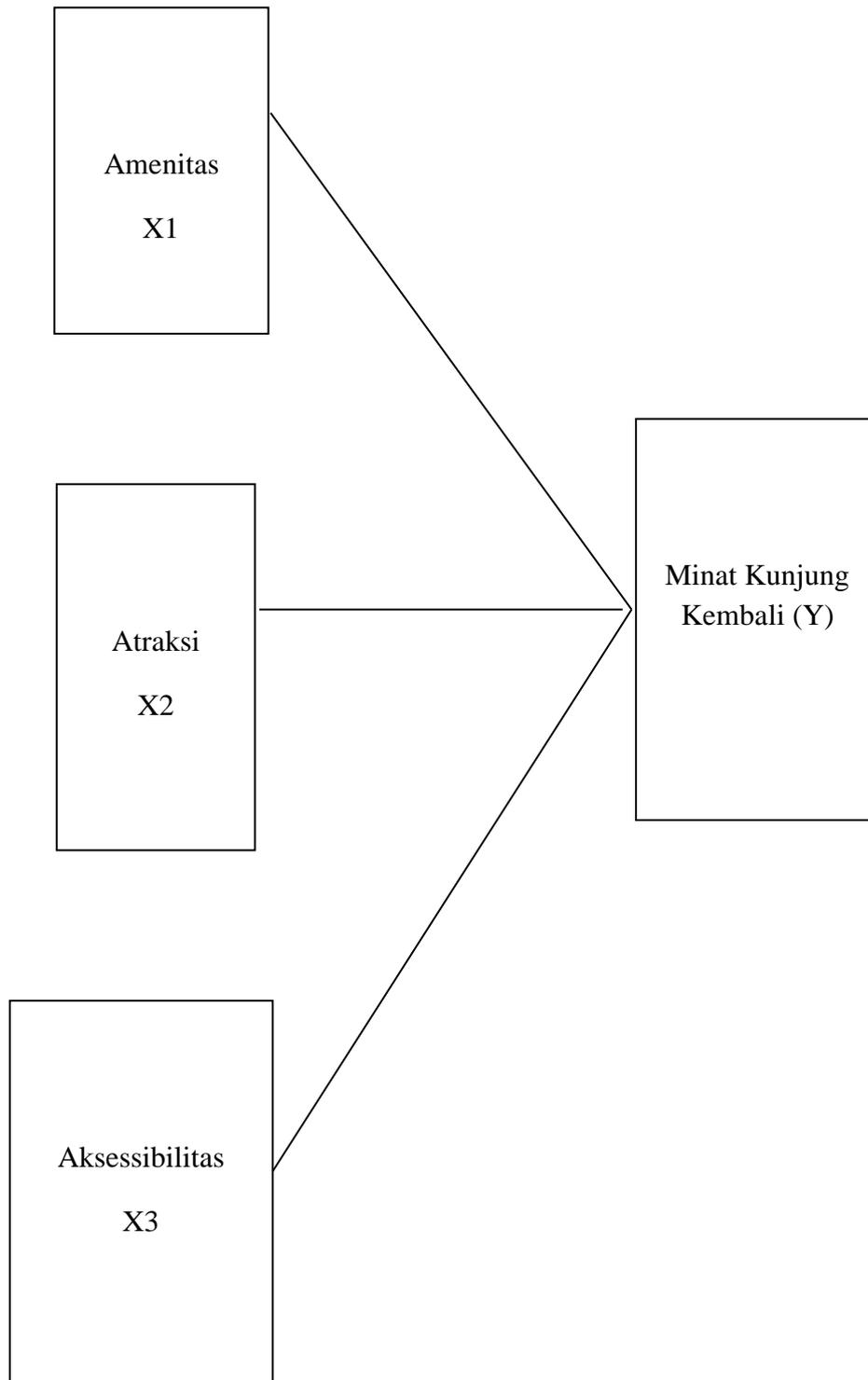
Minat kunjung kembali dapat disimpulkan bahwa pengunjung yang sudah pernah berkunjung disuatu objek wisata minal satu kali dan sudah dapat menikmati fasilitas serta atraksi yang ada dan merasa puas, maka dengan sendirinya wisatawan akan memiliki minat kunjung kembali ke destinasi tersebut .

## **2.4 Kerangka Berpikir dan Penelitian Terdahulu**

### **2.4.1 Kerangka Berpikir**

Uraian teoritis yang mempertautkan, menghubungkan serta memperjelas kaitan, pengaruh, atau hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya dalam suatu penelitian berdasarkan teori yang relevan (Sudarmamnto, Eko., dkk 2021:45). Kerangka berpikir mengenai penelitian Pengaruh Amenitas, Atraksi, dan Aksesibilitas terhadap Minat Kunjung Kembali di Taman Wisata Kerajaan Sriwijaya dapat di lihat dari gambar 2.1

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



*Sumber: hasil pengembangan dari peneliti, 2021*

### 2.4.2 Penelitian Terdahulu

<b>Judul Penelitian</b>	<b>Penulis</b>	<b>Hasil</b>	<b>Metode Penelitian</b>
Analisis Pengaruh Atraksi Wisata, Dan Ancillary Service Terhadap Minat Kunjung Ulang Pada Objek Wisata Bukit Siguntang	Ramadhani, Setiawan, Rini (2021).	Hasil penelitian ini menyatakan berpengaruh dan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Kunjung Ulang Wisatawan.	Penelitian ini menggunakan metode Analisis Deskriptif.
Pengaruh Daya Tarik dan Promosi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Kampong Wisata Di Desa Melikan Kabupaten Klaten	Triyono, Damiasih, Sudiro (2018)	Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh daya tarik wisata san promosi wisata	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.
Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan	Aprilia, Sunarti, Pangestuti (2017)	Hasil penelitian ini menjelaskan pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan di analisis data yang digunakan regresi

Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang			linier berganda, dan untuk menguji hipotesis menggunakan uji t dan uji f.
Motivasi dan persepsi wisatawan tentang daya tarik destinasi terhadap minat kunjungan kembali di kota wisata batu	Sayangbatti, Baiquini (2013)	Mengetahui hasil tanggapan responden terhadap variabel motivasi, persepsi, dan minat kunjung ulang.	Menggunakan Regresi Linier Berganda dengan teknik pengumpulan data berupa survei dan kuesioner.
Pengaruh Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Temam Kota LubukLinggau	Ramadhani, Rini, Setiawan (2021)	Hasil penelitian ini menjelaskan pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan	Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dan di analisis data yang digunakan regresi linier berganda, dan untuk menguji hipotesis menggunakan uji t dan uji f.